ФОНТАРd

... ДРУЗЯМ ТА ЗНАЙОМИМ

№58 2018

ПРО ЩО СЕЙ НОМЕР

У цьому номері ми зібрали матеріали, які з різних боків показують, як речі та символи можуть набувати нового змісту.

Перша стаття — про Ернесто «Че» Ґевару. Для когось він залишився революціонером і прикладом безкомпромісної боротьби, для інших — суперечливим політиком. Але безперечно одне: його портрет перетворився на один із найвпізнаваніших знаків XX століття. Ми дослідили, як це сталося, чому образ Че пережив десятиліття й чим він лишається важливим для сучасних культурних рухів.

Другий матеріал — про шипи. Від середньовічних обладунків і до панк-сцени вони були символом захисту й агресії водночас. У XX столітті шипи стали атрибутом панків та метал-гуртів, а згодом їх підхопила мода. Сьогодні шиповані куртки й браслети можна зустріти як у клубах, так і на подіумах. У матеріалі ми простежуємо шлях цього символу — від воїнів до рок-н-рольних сцен і далі до масової культури.

Третя стаття — про шнурки. Колись їхній колір був кодом, за яким легко визначали твої політичні переконання чи приналежність до субкультури. У 80–90-х роках це могло вирішувати, чи сприймуть тебе «свої» і чи не виникнуть проблеми на вулиці. Сьогодні шнурки найчастіше носять просто для зручності чи стилю, але старші учасники сцени добре пам'ятають, яке значення мала ця «дрібниця».

Ернесто «Че» Гевара: людина, ідеї, міф

Ернесто Че Гевара (1928–1967) – одна з найпомітніших і суперечливих постатей XX століття. За життя він був радикальним революціонером і марксистом, а після смерті його обличчя стало універсальним символом повстанської боротьби. У масовій свідомості його образ зазнав клац-схематизації: з одного боку – «ікона революції, ідеаліст і мученик», з іншого – всього лиш «ретро-логотип» чи «модна футболка».

Цей подвійний образ – від натхнення підпільниками до комерційної «ілюзії свободи» – і робить Че Ґевару таким багатошаровим феноменом.

Че Ґевара народився 14 травня 1928 року у багатій аргентинській родині. 1948 року вступив до Медичного університету в Буенос-Айресі. Під час навчання (та згодом після закінчення ступеня в 1953 році) здійснив довгі подорожі Латинською Америкою – із другом Альберто Гранадо на мотоциклі проїхав десятки тисяч кілометрів, допомагаючи хворим у прокажених колоніях і спостерігаючи бідність та іспанський колоніалізм (описано у «Щоденниках мотоцикліста»). Ці подорожі пробудили в ньому переконаного марксиста.

1955 року в Мехіко Ґевара познайомився з Фіделем Кастро та приєднався до революційного руху «Рух 26 Липня». У 1956–1958 роках боровся в горах Сьєрра-Маестра, де заслужив звання «команданте». 1 січня 1959 року революціонери здобули

перемогу – уряд диктатора Батісти впав. У новій владі Че Ґевара швидко став одним з ключових лідерів: отримав кубинське громадянство, розлучився з аргентинською дружиною й одружився з кубинкою Алеїдою Марч, мав ще двоє дітей.

Одразу після революції Че очолював військову прокуратуру – був командиром фортеці Ла-Кабáня (січень–червень 1959) і розглядом апеляцій засуджених революційними трибуналами військових і чиновників колишнього режиму. Згодом він обійняв посади очільника Національного банку Куби та міністра промисловості. Цим був ознаменований поворот від партизанської війни до державного будівництва. У 1965–1966 роках «команданте» спочатку невдало намагався розгорнути збройні повстання в Конго, а потім виїхав у Болівію – там зазнав поразки й був схоплений урядовими військами. 9 жовтня 1967 року Че Ґевара був страчений у селищі Ла-Іґера у Болівії.

У ролі міністра економіки Че Ґевара пропонував незвичні для того часу ідеї. Він наполягав на ліквідації матеріальних стимулів та розвитку «моральних» мотивів праці. На практиці це означало, що додаткову платню чи бонуси замінювали колективні похвали, відзнаки й «соціальне заохочення» – так звану соціальну еґзотіку. За словами самого Че, для побудови комунізму необхідно було «одночасно з новими матеріальними основами будувати нову людину». У трактаті «Соціалізм і людина на Кубі» він писав, що «згідно з цим інструмент має бути в основному моральним, не нехтуючи при цьому правильним використанням матеріального стимулу – особливо соціального». Тобто він вважав, що свідомість людини в новому суспільстві слід виховувати не прагматичними грошима, а моральним прикладом і вихованням. Для цього запроваджувалася соціальна еґзотика: урочистості для найкращих робітників, нагороди, безоплатні освітні курси тощо замість премій.

Водночас критики вказують, що такий підхід не виправдав себе в економіці: моральні стимулюючі засоби рідко породжують очікуване зростання продуктивності. Вже в 1963 році ЦРУ констатувало, що витримання

такої політики «знизило економіку до найнижчої точки з часу приходу Кастро до влади». У своїх керівних ідеях Че також проголошував пріоритет добровільної праці й самодисципліни. Він сам «працював без упину, навіть в полі та під час збирання цукрової тростини, показуючи приклад».

У теоретичному плані Че описував у творі «Соціалізм і людина на Кубі» образ «нової людини» – покоління безкорисливих активістів, об'єднаних ідеологією класової боротьби. Згідно з його уявленнями, людина майбутнього перетворюється через самовиховання та зростання свідомості: «Будувати комунізм необхідно одночасно з новими матеріальними основами – будувати нову людину і жінку». Він вважав, що тільки такий процес зробить роботу на заводах чи фермах надійним вектором розвитку – «свідомість мас служитиме живою силою».

У реальній політиці це означало поступову відмову від індивідуальних бонусів і запровадження колективних відзнак. Як і передбачав Че, «моральні стимули» часто виявилися недостатніми: результатом стала економічна неефективність, що зрештою відкинула Кубу назад.

Діяльність Ґевари в революційних трибуналах залишається однією з найконтроверсійніших тем. З одного боку, він начебто діяв в умовах «правового поля» революції: за законодавством «Партизанського кодексу» застосовувалася смертна кара для військових злочинців і зрадників (аналогії з трибуналами Нюрнбергського процесу). За запитами народних мас у січні–червні 1959 року Гевара був командиром фортеці Ла-Кабáня – там і проводилися суди над «ворогами революції». Універсальні оцінки кількості страчених за його «караючими вироками» дуже різняться: деякі джерела говорять про 55–105 осіб, інші – про близько 500 засуджених. Відомо, що страти стосувалися в основному військовослужбовців і чиновників режиму Батісти, звинувачених у катуваннях, вбивствах чи розпаданні рядів повстанців.

Фактично ж в багатьох випадках Че лише підписував вироки, ухвалені трибуналом із кількох військових та громадянського

представника. Так, біограф Джон Лі Андерсон наголошує, що «жодного достовірного випадку, де Че виконав вирок над невинною людиною, я не знайшов» – люди, страчені під його наглядом, зазвичай мали справді тяжкі «воєнні» звинувачення. З іншого боку, багато опозиціонерів і міфотворців називають Ґевару «м'ясником Ла-Кабáньї» і стверджують, що він отримував садистське задоволення від розстрілів. Зауважимо, що навіть сам Че писав у листі 1959 року: «Страта через кулю є не лише необхідністю для народу Куби, але й волевиявленням народу». Тобто з його точки зору, подібні рішення мали бути незворотними і масово підтримуватися громадськістю. Загалом, реальність була такою: за самими революційними законами і підтримки більшинного «народного правосуддя», Ґевара схилився до невблаганності, але історики відмічають, що він фактично вносив більш пом'якшуючі пропозиції, ніж жорстокі міфологеми про нього.

Че Ґевара прославився холоднокровністю і фанатичним відданим ідеям. Власні щоденники показують, що в юності він усвідомлено підготовлявся до безжальної боротьби: «Я буду з народом. Замочу свою зброю в крові… Я відчую пекельний запах пороху й крові, запах смерті ворогу». Згодом, в армії повстанців, він неодноразово рятував побратимів під обстрілом і приборкував дисципліну жорстокими методами. Відомо, що він сам страждав на астму і в дитинстві майже втратив зір, але неодноразово долав ці недуги силою волі. Саме цей дух «незламного ентузіазму й рішучості» (цитата з особистих спогадів) визначив його харизму. Че їздив беззмінно у військових уніформах і змінених шароварах, не терпів давати волю емоціям – він старанно самовиховувався і вимагав того від інших. Відомий епізод: будучи міністром, він вечорами сам ледь не до пізньої ночі копав землю, будував мости і навіть різав цукрову тростину разом із робітниками. Саме так Че демонстрував, що соціалізм для нього – це не абстрактні ідеї, а постійна фізична праця і самопожертва. За це він і заслужив культовий образ: його обличчя з густим волоссям і береткою, усмішка

та харизма зробили його «обличчям» повстанської романтики. Невипадково Che називають «богом революції» чи «героєм підпілля» – він уособлює фанатизм і енергію, готовність віддати життя за ідею, неусвідомлене поєднання ідеалізму та дисципліни.

смерті Че Ґевара став інтернаціональним культовим символом. Його портрет на береті – знаменитий знімок «Герильєро Ероїко», зроблений у 1960 році фотографом Альберто Кордою, перетворився на одну з найвідоміших фотографій світу. Цей образ миттєво облетів світ і почав репризуватися – на банкнотах, плакатах, одязі та аксесуарах. Як зазначають історики, «після смерті Че його стилізоване зображення перетворилося на загальносвітовий емблематичний символ, що несе суперечливі наративи»: від «натхненного символу революції» до «модно-деполіти¬зованого логотипу». У 1990-ті та нульові роки це стало особливо явним: світовий ринок «чебренду» зростав лавиноподібно, і виконавчі директори модних компаній відкрито заохочували використання лиця Ґевари для продажу товарів. Американська журналістка Марта Ервайн описала ці явища так: «Че обожнюють – він повсюди. Можливо, він більш універсальна культурна ікона, ніж Джеймс Дін чи Монро… Із преданого марксиста зробили капіталістичний бренд».

Видання Time внесло його до сотні найвпливовіших людей XX століття, а фотознімок Кордою було визнано «найвідомішим фото у світі». У поп-культурі образ Че опертузією процвітав: про нього знімали фільми та документалки, писали пісні, малювали графіті. Культовий постер Ґевари на рубці димаря став комерційною іконою – його обличчя в пекучому вересневому сонці XX століття приніс йому власний культурний епітет «єдиний Герой революції». Але при цьому чимало молоді, що носять цю емблему, не знають деталей його біографії. Як підсумувала продюсерка документалки «Чеволюція»: «Люди носять його портрет із різних причин. Для одних він – святий мученик, іншим – просто символ бунту. Багато хто молодий навіть не знає, хто це був – їм просто подобається стиль». Проте друзі та рідні

Ґевари сприймають це зі спокійною гумористичною ноткою: донька Алеїда зауважила, що Че «б тільки порадів, побачивши своє обличчя на грудях стількох красивих жінок».

Образ Че Ґевари особливо прижився у різних субкультурах як універсальний знак бунтарства. Панки, ліві активісти та вуличні художники не раз черпали з нього натхнення: на графіті вуличній довгобуду можна побачити його силует у олівцевому стилі, на рок-фестивалях – фанати продають футболки з його образом, у модних колекціях – дизайнерські берети з його зіркою. Корпоративні бренди додають на кеди чи сумки патріотику з портретом Ґевари (як зазначив його прибічник, «ніхто стильно не носить плакат проти статус-кво так, як Че»). Та все це дедалі частіше розриває образ від реальної людини. Навіть колишні борці за ідеали визнають: Че вмер давно, а перед нами – всього лиш символ, «ідеалізована абстракція», яку кожен інтерпретує по-своєму.

Наслідки такого відриву неоднозначні. З одного боку, він тримає живими ідеї революції: мільйони туристів й досі приїздять до Ла-Іґери, мов до місця паломництва, щоб відчути дух Че. Політична свідомість нових поколінь хоча б частково підтримує пісні, фільми й книжки про нього, слово «ґеваризм» лишається на слуху. З іншого – образ Че «розмивається» маркетингом: іноді люди готові носити його «для стилю», а не заради ідеї. Як писав один спостерігач, «майже 90% тих, хто продає футболки з обличчям Че, поняття не мають, що він відстоював». Та, можливо, навіть розмитий культ Че натякає: потреба в героїчних символах та вільнодумних персонажах залишається на роки.

Шипи: від середньовічних обладунків до панк-року і високої моди

Колись металічні шипи асоціювалися лише з агресивними бунтарями на околицях суспільства. Сьогодні ж їх можна побачити і на подіумах високої моди, і в гардеробах звичайних перехожих. Як так сталося, що елемент, який виник як захист для воїнів, перетворився на модний аксесуар? У цій статті ми досліджуємо історію шипів – від їх походження у давніх обладунках до ролі символу протесту в панк-субкультурі і далі до сучасної поп-культури. Пройдемо шлях крізь десятиліття та субкультури, щоб зрозуміти, що означали шипи для різних поколінь бунтарів і як вони стали частиною мейнстрімного стилю.

Перші «модні» шипи з'явилися зовсім не як прикраса, а з утилітарною метою – захистити життя. У середні віки воїни носили шкіряні обладунки, скріплені металевими клепками і шипами. Це дозволяло з'єднати пластини броні та додатково відлякувало ворогів. Деякі армії навіть подовжували і загострювали такі кріплення, перетворюючи їх на справжні шипи для залякування – їх розміщували на найвразливіших частинах броні, як-от на грудях чи наплічниках, а також на кінській збруї. Шипована броня не лише захищала, а й виглядала грізно, символізуючи силу та невразливість воїна.

Інший ранній приклад – нашийники із шипами, які надягали на мисливських та сторожових собак. У давнину таких псів оснащували шипованими ошийниками, щоб уберегти від укусів вовків та інших хижаків. Шипи на нашийнику захищали шию собаки і водночас робили її вигляд страхітливішим для нападників. Таким чином, ще до появи субкультур, шипи слугували цілком практичним цілям: оборона і відлякування. Як декоративний елемент одягу шипи почали з'являтися у XX

столітті, коли їхнє утилітарне значення відійшло на другий план. Одними з перших «сучасних» бунтарів, що взяли шипи на озброєння стилю, стала молодіжна субкультура Halbstarke в 1950-х роках. Ці німецькі та швейцарські підлітки-бунтівники, назва яких перекладається як «напівсила», копіювали образ байкерів і рокерів: шкіряні куртки, важкі чоботи, джинси. Саме Halbstarke одними з перших використали металеві заклепки і шпильки на одязі, формуючи агресивний стиль на противагу повоєнному конформізму. Невдовзі їх приклад підхопили й інші неформали: наприкінці 50-х у Європі з'являються рокери – мотоциклісти, що також прикрашали свої шкіряні куртки металевими елементами, а згодом у 60-х – американські грізери з подібною естетикою.

Вибухове поширення шипів у молодіжному стилі сталося із приходом панків у 1970-х. Але перед тим варто згадати ще одну важливу ланку: байкерська і фетиш-мода. У Лондоні 1970-х дизайнерка Вів'єн Вествуд і її партнер Малкольм Макларен почали продавати

в своєму культовому бутіку SEX екстравагантний одяг, натхненний БДСМ і мотоспортом: шкіряні куртки з безліччю блискавок, ланцюги, нашийники із шипами та інші атрибути, що шокували обивателів. Ця провокаційна суміш фетишу і рокерського стилю стала ґрунтом, на якому зійшла панк-мода. Макларен, ставши менеджером гурту Sex Pistols, фактично «екіпірував» панків одягом зі свого магазину – включно з шипованими аксесуарами. Так шипи вперше масово з'явилися на молодих бунтарях, які зробили їх символом цілого руху.

У другій половині 1970-х панк-рокери в Лондоні та Нью-Йорку відкрито кинули виклик суспільним нормам – і їхній одяг кричав про це

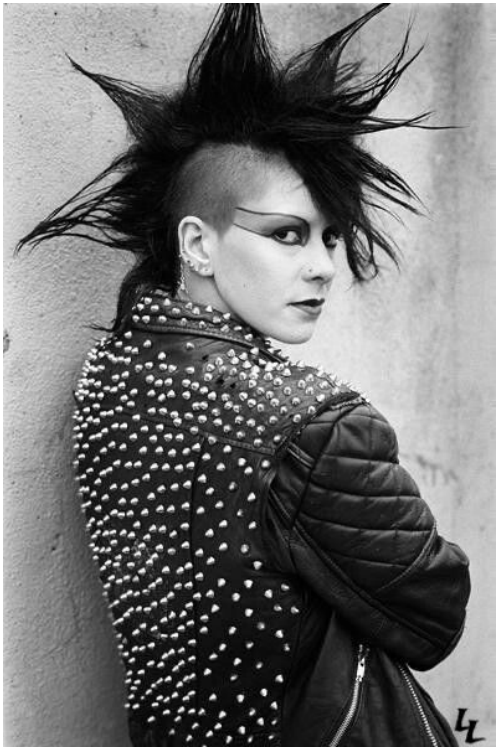
голосніше за будь-які слова. Шипи стали невід'ємною частиною панк-стилю. Молоді люди власноруч оздоблювали шипами та пірамідальними клепками все, що можна: шкіряні «косухи», джинсові безрукавки, браслети, пояси, навіть наплічники. Це було втіленням панківського принципу Do It Yourself – зроби сам. Часто шипи для куртки здобували найдоступнішим шляхом: хтось розбирав старі меблеві цвяхи, хтось переробляв собачі нашийники. За свідченнями очевидців, у Лондоні тієї доби можна було зустріти юнаків,

що використали справжні цвяхи чи булавки, аби лише нашвидкуруч «озброїти» свій одяг.

Панки першими зробили шипи саме естетичним висловом. Якщо для воїнів шипи були захистом, то для панків – це радше демонстративний напад на суспільний спокій. У Британії 1977 року панки в шипованих жакетах і з ірокезами шокували перехожих, втілюючи тотальний протест проти консервативних норм. У США, де ранній панк був менш екстравагантним, елементи на кшталт шипів перейняли трохи пізніше – зокрема під впливом британської панк-хвилі та подальшого розвитку хардкор-сцени на початку 80-х. Незалежно від географії, шипи на одязі стали своєрідним «кольчужним обладунком» панка у його війні з мейнстрімом: вони сигналізували, що перед вами небезпечна, радикально налаштована особа, яка не приймає суспільних правил.

Для панк-субкультури шипи були не просто декором – за ними стояла ціла ідеологія. У 1970-х шиповані браслети, нашийники чи куртки означали відверту зневагу до

нормативного суспільства, виклик системі цінностей старшого покоління. Металеві шипи в панківському образі символізували агресивність і непокору. Це була своєрідна «броня» бунтівника, яка казала: «Я небезпечний, мене не приручити». Недарма на початку 1980-х консервативна преса та батьківські організації в США описували панків і металюг як молодь у «моторошному одязі з шипами і шпильками», що пропагує насильство і сатанізм. Шипи, ланцюги, ірокези – все це лякало обивателя, але саме такого ефекту панки й добивалися.



Водночас шипи стали знаком солідарності та самовираження. Для учасників сцени вони маркували «свій» серед чужих. Коли вулицею йшов хлопець чи дівчина в шипованій куртці та рваних джинсах – це був мовби пароль, що ця людина поділяє твої погляди на свободу і протест. Шипи уособлювали нестандартність, незалежність від моди. Як зазначають дослідники, панки навмисне перебільшували агресивний вигляд, аби протистояти масовій культурі. Металеві конуси на нашийнику були знаком незгоди – зокрема з традиційними уявленнями про «належний» вигляд молоді. Шипи означали нонконформізм: те, що колись сприймалося як символ відмови від мейнстріму, тепер можна побачити в модних журналах, але у 70-х та 80-х це був крик: «Ми проти ваших правил!».

Цікаво, що в семантиці панк-стилю шипи поєднали різні відтінки значень. З одного боку – агресія, жорсткість, готовність до бійки (недарма на концертах панк-року поширений слем і мошпіт, де шиповані браслети могли

навіть завдати травм). З іншого – своєрідний захист вразливої душі бунтівника: за цими «колючками» ховалися розчарування в суспільстві, бунт проти несправедливості, бажання бути почутим. Панк з шипами демонстрував: він радше стане «колючим», ніж підлаштується під вимоги системи.

Шипи настільки яскраво заявили про себе в панк-русі, що невдовзі їх перебрали інші альтернативні спільноти. Готи – субкультура, що виросла з пост-панку та дарк-естетики – також полюбила шиповані аксесуари. Готичний стиль 80-х років запозичив у панків багато елементів: шкіряні куртки, нашийники з шипами, браслети, ланцюги. Тільки якщо панки комбінували шипи з яскравими анархічними гаслами, то готи вписували їх у свій похмурий, «вампірський» шик. Шипований нашийник міг символізувати у них і темну романтику, і фетишизацію болю, властиву готичній естетиці. В обох випадках меседж був альтернативний до мейнстріму: чи то демонстрація агресії, чи то підкреслення своєї «темної» ідентичності.

Не менш завзято прийняли шипи і металісти. У жанрах важкого металу – від хеві-металу 1980-х до блек-металу 1990-х – шипи стали справжнім культом. Легендарний вокаліст Judas Priest Роб Гелфорд одяг у кінці 70-х шкіряну куртку, всипану клепками, та озброївся шипованими нарукавниками, запозиченими зі світу БДСМ. Цей образ

«шкіряного мотоцикліста з пекла» настільки вразив публіку, що невдовзі його почали копіювати по всьому світу – фактично Judas Priest задали канон моди для метала. Гелфорда називають «metal god» не лише за вокал – його шипована амуніція створила новий візуальний код для рокерів. У 80-х кожен справжній хеві-метал гурт мав у своєму образі шипи або хоча б пірамідальні клепки на одежі. На концертах thrash і death metal музиканти одягали шиповані нарукавники і пояси, що підкреслювало брутальність музики. В екстремальному норвезькому блек-металі 90-х шипи досягли гротескних розмірів – багатосантиметрові цвяхи стирчали з напульсників та обладунків музикантів, перетворюючи їх на живих «демонів» на сцені. Ці шипи вже були не стільки зброєю, скільки театральним реквізитом шоку, покликаним епатувати публіку.

Шипи проникли і в інші ніші альтернативної моди. Індустріальна сцена (так звані rivethead-и) наприкінці 80-х – початку 90-х поєднала елементи панку, готики і військового стилю: тут теж можна було зустріти шиповані браслети чи куртки, хоча акцент був більше на техно-аксесуарах (наприклад, окулярах, респіраторах) та камуфляжі. Кіберпанк як естетика і споріднена кіберготика також не цураються шипів: у їх образах поруч із неоном і ПВХ-матеріалами часто з'являються металеві шипи на масках, платформах чи на прикрасах. Тут шипи символізують синтез людини і машини, додаючи «техно-брутальності» вигляду.

Окрема тема – фетиш- і БДСМ-культура. Для неї шипи завжди були природним елементом: шиповані нашийники, батоги з шипами, бюстгальтери або туфлі на шпильках із шипами – усе це частина рольової естетики домінування і підкорення. Цікаво, що через панків такі відверто фетишистські аксесуари частково вийшли «в люди» – молодь могла носити шипований собачий нашийник,

не будучи учасником БДСМ-сцени, а висловлюючи свій бунт. Сьогодні грань ще більш розмита: чокери з декоративними шипами продаються в мас-маркеті і сприймаються як звичайна прикраса, хоча їх коріння – у фетиш-клубах середини XX століття.

І насамкінець, варто згадати, що навіть висока мода періодично захоплюється шипами. Відомі кутюр'є – від панк-легенди Вів'єн Вествуд до гламурного Джанні Версаче – у різні роки включали панківські мотиви у свої колекції. Наприклад, Версаче ще у 1990-х створював розкішні вбрання, розшиті золотими шипами і клепками, комбінуючи панківську зухвалість з італійським шиком. На подіумах можна було побачити моделі у шипованих шкіряних куртках чи сукнях. У 2013 році Метрополітен-музей у Нью-Йорку провів виставку "Punk: Chaos to Couture", де провідні будинки мод продемонстрували, як панківські шипи та шпильки інтегрувалися у вишуканий одяг. Сьогодні це вже нікого не дивує: Christian Louboutin декорує жіночі туфлі срібними шпичастими шипами, а бренди класу люкс випускають сумочки і ремені з металевими шипами як стильний акцент сезону. Те, що колись було ознакою андеграунду, тепер – модний атрибут, доступний кожному.

За останні півстоліття шипи здійснили подорож від маргінесу до мейнстріму. У 1970-х роках мама, побачивши сина у шипованому нашийнику, могла жахнутися: "Він зв'язався з хуліганами або сатаністами!". Сьогодні ж подібний аксесуар можна купити в звичайному торговельному центрі, і ніхто особливо не здивується. Семантика шипів помітно змінилася. Якщо для панків чи металістів це була своєрідна «декларація війни» проти суспільства, то нині шипи багато хто носить радше як декоративний елемент, не

вкладаючи бунтівного змісту. Як влучно зазначає оглядачка канадського Fashion Magazine, “колись такі прикраси належали виключно панкам, а у 2023-му ця металева фурнітура – для всіх, і для неї більше не потрібен бунтівний дух”. Іншими словами, шипи перестали лякати: вони стали ще одним стильним акцентом, який можуть дозволити собі і поп-зірки на червоній доріжці, і тінейджери, купуючи масову копію панк-ременя.

Цей процес «одомашнення» шипів почався ще наприкінці 1980-х, коли мега-зірки попсцени – такі як Мадонна чи Шер – вперше з’явилися на сцені у вбранні з металевими клепками і шипами. Вони запозичили елементи стилю в субкультур, не розділяючи радикальних поглядів панків чи рокерів, і тим самим легітимізували шипи у високій поп-культурі. У 1990-х панківський стиль увійшов у гранж і альтернативу, а в 2000-х елементи з клепками заполонили мас-маркет (достатньо згадати модний бум на шиповані ремені та браслети серед підлітків епохи emo). З кожним роком шипи все більше втрачали ауру небезпеки і набували статусу

просто цікавого дизайну. На початку 2010-х років тренд на все «rock chic» приніс у бутіки піджаки з декором із конусоподібних шипів, туфлі на підборах з шипиками по периметру та навіть манікюр з 3D-шипами. Те, що колись шокувало, тепер стало глянцевим і повсякденним.

Звісно, це не означає, що символіка повністю зникла. Шипи й надалі можуть слугувати знаком бунту – усе залежить від контексту. Панк, одягнений у куртку, яку сам вкрив сотнями металевих шпильок, досі виглядатиме викликом суспільству. Але якщо таку ж куртку одягне модель на

показі Prada, меседж буде інакшим – це гра з естетикою бунту, стилізація, позбавлена справжнього ризику. Іншими словами, шипи пройшли шлях від радикального маркера протесту до модного мейнстрімного аксесуару, який може нічого не промовляти, окрім як вказувати на обізнаність носія в трендах.

Шипи як елемент стилю – явище міжнародне. Від лондонських панків до токійських готів, від каліфорнійських скейтерів до польських металістів – їх можна побачити повсюди. З часів своєї панк-юності шипи «емігрували» далеко за межі англо-американського світу. В 1980-х роках, попри Залізну завісу, шиповані куртки носили і радянські неформали: в Прибалтиці та Росії панків арештовували за «неблагонадійний» вигляд, але це не спиняло молодь від прикрашання одежі цвяхами та лезами бритв. В Україні у 1990-х теж сформувалася своя панк- і рок-сцена – на концертах можна було побачити шиповані браслети поруч із вишиванками, такий собі постмодерн буремних 90-х. Сьогодні ж це вже звичний атрибут різних молодіжних культур.

Дивовижно, як глобально поширились колись маргінальні атрибути. Шипи і клепки тепер всюди – від вуличної моди до дизайнерських показів по всьому світу. Наприклад, у Японії, де існує цілий всесвіт альтернативної моди в районі Харадзюку, локальні стилі на кшталт visual kei чи goth-ic lolita творчо змішують західні панківські впливи. Можна побачити японського рок-музиканта в розкішному костюмі з мережива і шипованому нашийнику – еклектика, що символізує поєднання культур. У Латинській Америці панк і метал теж мають давнє коріння: в Мехіко чи Буенос-Айресі шиповані браслети продаються на ринках поряд із національними сувенірами, ставши частиною міської культури. В мусульманських країнах альтернативна мода менш помітна, але навіть там – скажімо, в Індонезії –

є величезна сцена важкого металу, де молодь носить шиповані нарукавники як ознаку причетності до глобальної метал-спільноти.

У 2020-х роках шипи впевнено крокують планетою, вже не прив'язані до якоїсь однієї субкультури. Їх можна побачити «і на подіумах, і на вулицях по всьому світу». Це своєрідний візуальний «есперанто» бунту і стилю, який зрозумілий без слів у будь-якому куточку землі. Хтось все ще вкладає в них дух протесту, а хтось – просто наслідує модний лук з Інстаграму. Але шлях шипів через культури й кордони показує, наскільки потужним символом вони стали. Від воїна у середньовічному обладунку до школярки з шипованим рюкзаком – цей елемент моди пройшов століття і континенти, трансформуючись і набуваючи нових значень, але не втративши своєї притягальної «колючої» естетики.

Шипи у моді – це більше, ніж просто декоративні металеві конуси. Це цілий пласт культурної історії, вплетений у тканину субкультур і мас-маркету. Вони народилися як захист і символ сили, стали прапором бунту і агресії, а тепер еволюціонували в стильну прикрасу, що додає «перчинки» образу. Кожна епоха і кожна спільнота знаходила в шипах щось своє: для панків це була свобода від правил, для металістів – братерство важкої музики, для готів – естетизація темряви, для дизайнерів – джерело натхнення і гра з контрастами. Історія шипів в моді – яскравий приклад того, як контркультурні символи з часом можуть ставати частиною загальноприйнятої естетики, не втрачаючи повністю свого бунтівного духу. Як колись мовили про панків: «вони хотіли шокувати буржуазію – і зрештою навчили її носити свої шипи».

Шнурки це теж важливо

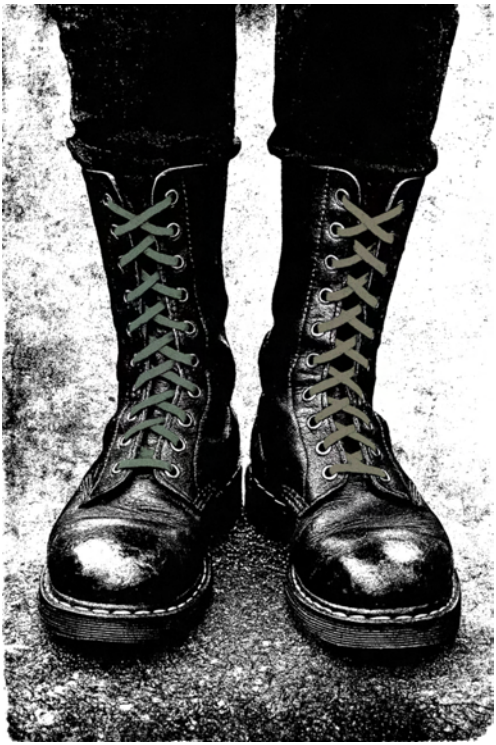
Думаєш, шнурки – дрібниця? Для пересічного обивателя так і є. Але в житті панка навіть колір шнурків може стати маніфестом. Пара яскравих довгих шнурків, протягнутих крізь важкі черевики, здатна сказати більше, ніж гучний лозунг на спині куртки. Це може звучати смішно для «сірої маси», але правда в тому, що колір шнурівок у панків свого часу мав чіткий символічний зміст. Кожен відтінок – мов слово у таємному коді, зрозумілому лише посвяченим.

Панк із жовтими шнурками на класичних чорних черевиках: навіть цей дрібний елемент здатен транслювати гучне повідомлення.

Чому ж така, здавалося б, мізерія як шнурки набуває значення? У контркультурі деталей не буває. Поки широкі маси й гадки не мали, навіщо ті панки перевзулися у берци з кислотно-рожевими чи отруйно-зеленими шнурками, самі панки спілкувалися цими деталями, кидаючи виклик суспільству шнурками, мов прапорами на своїх черевиках.

Маленький колірний акцент сигналізував: «Я свій» або «Остерігайся мене» – залежно від того, хто дивиться. Це і є дух панк-субкультури: надання сенсу тому, що інші вважають нісенітницею.

Історія кольорового шнуркового коду починається ще в 1970-х роках у Лондоні. Саме тамтешні лондонські скінхеди першими почали “розмовляти” кольором шнурівок. Уяви собі робітничі



квартали Британії тих часів: молодь у важких черевиках Dr. Martens, які носили і на завод, і на вуличні бійки. Спершу це була фішка скінхедів — вони виставляли напоказ свої політичні вподобання чи «бойові заслуги» кольором шнурків. Поступово й панки перейняли цю моду, надавши їй власного змісту. Якщо не можеш кричати про свої ідеї вголос — твої черевики кричатимуть за тебе.

У 1980-х кольорові шнурки вже стали негласним кодом по обидва боки океану. Цікаво, що значення кольорів могли різко різнитися залежно від країни. Наприклад, в США неонацисти обирали червоні шнурки (мовляв, «маю кров на руках»), тоді як у Європі той самий червоний колір радше вважали знаком ліваків-антифашистів. Лейс-код (lace code) – так охрестили цю негласну систему – в різних сценах набував своїх відтінків. Але суть лишалася: колір шнурків визначав «свій чи чужий». У Британії та США білими шнурками маркували себе прибічники переваги білої раси – неонацисти, ку-клукс-кланівці тощо. Натомість антирасистські рухи відповіли своїм набором кольорів: приміром, жовтий

колір взяли собі панки-антагоністи расизму. Так шнурки перетворилися на поле бою ідеологій просто на наших ногах.

До України та інших країн Східної Європи ця мода докотилася наприкінці 80-х – на початку 90-х, разом із хвилею нового панк-руху. Тоді з'явилися перші панки в незалежній Україні, які жадібно переймали західні традиції, змішуючи їх із своїм досвідом. Кольорові шнурки стали своєрідним паролем і в наших містах. У пострадянському просторі виробився навіть свій «стандартний» набір значень – про нього трохи згодом. Цей кодекс міг різнитися від міста до міста, але загалом панківські та скінхедські кола розуміли його без зайвих слів. Варто зазначити: значення шнурків тоді було справою серйозною, часом навіть небезпечною. Неправильний колір у неправильному місці

міг коштувати здоров'я. Скажімо, якщо ти випадково з'явився на концерті з білими шнурками, будь готовий доводити, що ти не нацист. Або ж навпаки – носиш червоні берці у районі, де заправляють ультраправі, – ризикуєш нарватися, бо вони сприймуть червоний як виклик. У 90-ті роки в Україні траплялося різне, і двоколірні черевики могли стати приводом для бійки. Тому не дивно, що панки та споріднені антифашистські тусовки уважно стежили за «шифром» на ногах. Шнурки стали своєрідними прапорами війни субкультур: маленький атрибут, за яким вулиця визначала – ти друг чи ворог. Настав час пройтися по палітрі і зрозуміти, що означали ті чи інші кольори шнурків у панк-субкультурі. Зверніть увагу: ці значення особливо стосуються панків України та сусідніх країн Східної Європи, хоча багато в чому перегукуються із західними

традиціями (з поправками на регіональні нюанси). Отже, класичний «код шнурків» виглядав так:

• Білий. Білий колір шнурків – маркер неонацистів, «фашиків» на сленгу. Білі шнурки носили ультраправі скінхеди-бонхеди; білий символізує «білу расу». Подейкували, що право носити такі шнурки ще треба заслужити – мовляв, їх зав'язували тільки ті, на чиїх руках є кров ненависних «ворогів раси» або побитих антифашистів. Іншими словами, білий – це колір білого супремасизму і насильства. Недарма у цій субкультурі навіть з'явилися книга і пісні з промовистими назвами про білі шнурки – своєрідний культ виник навколо цієї деталі. Для самих панків білий шнурок на чужих черевиках був сигналом триматися насторожі або й дати бій, адже перед ними, ймовірно, расист чи наци.

• Червоний. Один із найбільш заплутаних кольорів, справжній «кольоровий парадокс». У різних країнах його трактували чи не навпаки. В українській та європейській панк-традиції червоні шнурки означали антифашистські, лівацькі

погляди, адже червоний – колір соціалізму і боротьби з нацизмом. Червоні шнурки нерідко носили представники руху SHARP (Skinheads Against Racial Prejudice) та інші антифа-скінхеди. Натомість у деяких західних сценах (особливо в США) історично склалося так, що червоний асоціювався з неонацистами – мовляв, колір пролитої за «ідею» крові. Тож траплявся курйоз: панк з Мадриду з червоними шнурками здавався американцю підозрілим, хоча для іспанців це був знак «я проти наци». В наших же краях червона шнурівка частіше значила "антифашист", і панки носили її з гордістю, пам'ятаючи про кров, пролиту в боротьбі з правими.

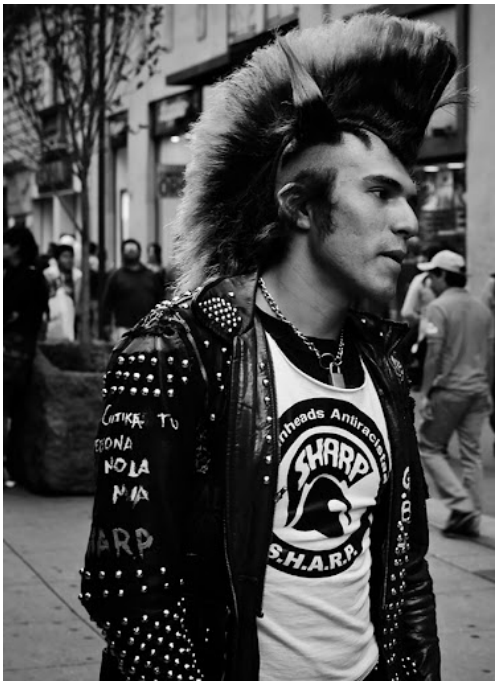
• Синій. Синій теж має дві історії – західну та східну, і вони разюче різняться. Почнемо з нашого контексту: сині шнурки у нас носили стрейт-еджи – прихильники здорового

способу життя та панки, які відмовлялися від алкоголю й наркотиків. Так звані sXe (straight edge) обрали синій колір як символ «чистоти» та самодисципліни. Дещо іронічно, якщо згадати, що у британських та американських скінхедів сині шнурки мали зовсім інше значення: вони хизувалися синіми шнурками як знаком "убивці копа" – мовляв, вдалося прикінчити поліцейського. Так-так, на Заході синя шнурівка могла означати, що її власник буквально пустив кров представнику закону. Уявляєш собі обличчя наших стрейт-еджів, коли вони про це дізнавалися? На щастя, в Україні цей моторошний підтекст не прижився. Синій лишився кольором твердості духу, а не злочину.

• Жовтий. Колір сонця та... двозначності. Жовті шнурки в наших панківських колах мали одразу дві інтерпретації. Перша – A.C.A.B., тобто «All Cops Are Bastards» – гасло анархістів і хуліганів, що виражає ненависть до поліції. Ті, хто носив жовті шнурки з таким посилом, зазвичай були затятими панками-антиавторитаріями. Друга інтерпретація гірша: жовтий як ознака наци-панка. Парадоксально, але деякі ультраправі теж обирали жовті шнурки – мабуть, сподобалася комбінація жовтого з чорним взуттям, що перегукується з нацистськими кольорами. В результаті колір заплутався: хтось у жовтому – антифашистський бунтар проти поліції, а хтось – ультраправий провокатор. Додатково плутанини додав бренд Dr. Martens: класичні мартінси шиються з жовтим прошиттям, а подекуди і з жовтими шнурками в комплекті. Тобто людина могла взагалі не вкладати

сенсу – просто носити «рідні» шнурки від черевиків! Через це бували кумедні непорозуміння. Однак серед панків негласне правило було: жовтий носимо обережно і за потреби пояснюємо, "що саме ти мав на увазі". А найкраще – комбінувати з іншим кольором, щоб відразу показати свою позицію (про це далі).

• Зелений. Зелені шнурки – символ "панк-відродження" у нашому регіоні. Так називали другу хвилю панків, що прийшла на зміну старим пердунам (вибачте, ветеранам) наприкінці 90-х – у 2000-х. Нове покоління панків прагнуло відродити дух сцени, і зелені шнурівки стали їх впізнаваним знаком. «Зеленка» на берцах кричала: панк живий, панк ще дасть жару! У деяких містах зелені шнурки набули ще й окремого значення: так, у Харкові, наприклад, зелені носили певні бригади антифашистів – локальна фішка, де зелений став кольором антифа-загонів. Цікаво, що у Росії зеленим маркували теж антифашистів – отже, певна універсальність кольору є. Загалом зелений – це надія і оновлення: панки другої хвилі наче казали



своїми шнурками: «Панк-рух відродився і проростає, як зелена трава крізь асфальт».

• Райдужний. Мова про шнурки всіх кольорів веселки, чи то пак спеціальні райдужні шнурки. Свого часу в панк-середовищі це було радше про пацифізм. Райдужні шнурки означали прихильність до ідей миролюбності, пацифізму – такого собі хіпі-напряму в панку. Парадоксально, але факт: у агресивному на вигляд панку могли бути райдужні шнурівки як знак «мир, любов, відмовляємось від насильства». Це вже згодом веселковий символ більш закріпився за ЛГБТ-

спільнотою. Сьогодні, якщо побачимо людину з райдужними шнурками, швидше подумаємо про квір-прайд або союзництво з ЛГБТ. Та в 90-х – на початку 2000-х серед частини панків це швидше був антивоєнний, пацифістський меседж. Втім, і підтримка ЛГБТ теж мала місце: деякі панки навмисне вдягали веселкові шнурки, аби «вивісити» прапор толерантності на своїх черевиках. У будь-якому разі, райдужні шнурки – це про єдність у різноманітті та мирний протест.

• Фіолетовий. Доволі рідкісний гість на берцах, але теж цікавий. Фіолетові шнурки у нас асоціювалися з кіберпанком – не жанром літератури, а напрямом у стилі альтернативної моди. Пам'ятаєте початок 2000-х: кислотні дреди, неонові окуляри, готи у вінілових плащах? Оце воно – кіберпанк рух, що поєднав естетику rave і punk.

Фіолетові, яскраві шнурки стали частиною їхнього образу. Особливого ідеологічного навантаження вони не несли, скоріше естетичне – кіберпанки виділялися з-поміж традиційних панків своїми технологічно-неоновими мотивами.

В західному же лексиконі фіолетовий мав іншу славу: його носили на знак приналежності до ЛГБТ-спільноти та як символ прайду. Таким чином, фіолетові шнурівки десь перетиналися за змістом з райдужними – принаймні, зрозумілі "своїм" меседжі. А в деяких колах США фіолетовий ще й трактували як "anti-skin", тобто проти

скінхедів-нацистів. Але то вже специфічніші нюанси. Для нашої сцени фіолетові шнурки – радше про стиль, про футуристичний панк-стейтмент: «ми – кіберпанки, ми з майбутнього».

(Примітка: окрім зазначених, існували й інші кольори шнурків. Наприклад, коричневі шнурки носили неонацисти в знак пошани до «коричневих сорочок» Гітлера, а помаранчеві свого часу примудрилися покрасувати на берцях у реперів. Але ці випадки були поодинокі або швидко зійшли нанівець. Класика панк-коду – це все ж таки наведені вище кольори. Ну і, звісно, чорні шнурки: вони вважалися нейтральними. Чорний йшов "за замовчуванням" із більшістю черевиків і не виказував жодних поглядів – безпечний вибір, якщо не бажаєш ні з ким воювати.)

Роздобути шнурки потрібного кольору – той ще квест, особливо в доінтернетну епоху. Зараз зайшов на маркетплейс – і хоч райдужні, хоч у крапочку, було б за що платити. А в 90-х – на початку 2000-х все було не так просто. Потрібний колір часом діставали через "сарафанне радіо": друзі з інших міст привозили, хтось мінявся, хтось виписував із-за кордону через знайомих. У крамницях вибір був мізерний – стандартні чорні, коричневі, хіба червоні. Про екзотику годі й мріяти. Особливо складно було знайти правильну довжину: до високих берців потрібні шнурки мало не два метри! Звичайні ж, що продавалися, були максимум метр. Та панки не губилися: брали два коротші шнурки і просто зв'язували їх між собою у один довгий. Кілька хитрих вузлів – і ти вже щасливий володар півтораметрової шнурівки потрібного кольору, зібраної DIY-способом.

Інколи довжину нарощували інакше: декотрі примудрялися

вплітати в середину шнурка шматок тканини потрібного кольору або навіть ізолентою “продовжувати” шнурок – аби лиш вистачило по всіх дірках черевика. Звісно, виглядало це не надто акуратно, зате кольорова місія виконана! Ще одна практична порада тих часів: як відбілити білі шнурки. Кажуть, скінхеди-фанатики вибілювали свої шнурки хлоркою, коли ті бруднилися, аби лише вони лишалися показово білими. Панк-неонацисти чистили своє біле «святе сімволо», немов

санітарні лікарі. З іншого боку барикад панки-антифашисти теж дбали про колір: червоні шнурки прали окремо, щоб не втратили яскравості, а жовті підфарбовували, якщо ті блякли, – ходили чутки, що дехто навіть примудрявся фарбувати шнурки аніліновими барвниками для тканин, щоб досягти потрібного відтінку. Оце впертість, скажеш? Так, але інакше навіщо б ми все це затівали.

З довжиною теж був цілий обряд: хтось любив, аби шнурки волочилися по землі (демонструючи зневагу до акуратності буржуазної), а хтось заправляв їх під язичок берців. До слова, стандарт для класичних 10-отворових мартінсів – це ~140-150 см шнурка. На 14-отворкові чи військові чоботи – всі 180-200 см треба. Знайти такі – проблема, тому й вигадували “подовжувати” вручну. Плюс, справжній панк завжди майстер імпровізації: немає шнурків – протягнемо ланцюжок, стрічку, дріт, мотузку від білизни – було б бажання виділитися. Головне – колір. Якщо тобі треба показати, що ти “свій”, ти знайдеш, чим зашнурувати боти відповідним кольором,

хоч стрічками, хоч ремінцем від гітари.

Панки – народ творчий і провокаційний, тож не дивно, що скоро жорсткі правила кольорового кодексу вони обернули собі на забаву. Ніхто не казав, що треба носити шнурки парою одного кольору! Можна ж погратися: один черевик зашнурувати одним кольором, другий – іншим. І такі експерименти стали доволі популярними. Найкласичніший приклад на наших теренах – комбінація зелений + жовтий. Часто можна було побачити панка, в якого лівий ботинок шнурується зеленим, а правий – жовтим шнурком. Що це означає? Тут був певний задум: зелений як символ відродження панку, а жовтий – як натяк на антиавторитарний (ACAB) дух. Разом виходило послання: «Панк живе і бунтує проти ментів!». Звісно, хтось міг читати інакше (скажімо, жовтий як наци-символ – тоді послання було б двозначним). Але у тому й кайф – певна гра з вогнем, коли твої шнурки бавляться смислами.

Інші сміливці міксували що завгодно: червоний з чорним (виглядало стильно, а значення – нейтралізація

нацистського білого червоним антифа), білий з чорним (хтось жартував, що це типу "інь і ян" або єдність рас – мовляв, подивіться, як мирно співіснують кольори на моїх ногах). Один знайомий панк у 2000-х носив різнокольорові шнурки в кожному берці – там тобі і синій, і фіолетовий, і які хочеш, просто він вплів разом три пари тонких шнурочків різного кольору. Виглядало це як райдуга, стягнута в один щільний шнур. Казав, що так висловлює підтримку всім хорошим ідеям разом: і панк-єдність, і антифашизм, і мир, і любов. Вийшло, щоправда, трохи кічово, але дуже по-

панківськи – з гумором і стьобом.

Нерідко панки свідомо носили "неправильні" кольори, щоби потролити одне одного. Наприклад, приходить такий на збіговисько в білих шнурках – у всіх очі по 5 копійок: ти що, фашик?! А він сміється: мовляв, випробовую вашу пильність. Або міг вдягнути різні шнурки і загадувати друзям ребус: «Ну, розшифруйте, що я сьогодні таке закодував?» І товариші жваво обговорювали: "Так, зелений + фіолетовий – це що, типу панк-ренесанс + кіберпанк? Ти в нас кібер-ренесансний панк?" – "Ага, і ще трішки ельф, бо зелений же ж". Подібні розіграші тільки зміцнювали відчуття спільноти: свої зрозуміють жарт, а чужі й уваги не звернуть.

Візуальні експерименти виходили за рамки лише кольору. Важливо було як зашнурувати. Класика – це драбинкою (ladder lacing), рівнесенько горизонтально, щоб шнурки не перехрещувалися. Так шнурували берці скінхеди й панки old-school – мовляв, ми настільки серйозні в своїх поглядах, що навіть шнуруємося правильно і серйозно. Якщо бачив на когось драбинку – точно, людина в темі. А от хто лінувався і шнурував навхрест абияк – того могли й підколоти: "Ей, перевзувся б нормально, а то шнурки криво – ідеологія тече!". Звісно, це вже тонкощі стилю. Головне, що панк-культура дозволяла грати зі своїми символами,

не даючи їм закам'яніти. Іноді навіть найсвятіше можна було висміяти – але по-доброму, по-свойськи.

Одна важлива ремарка для тих, хто вже побіг перевіряти свої кеди: колір шнурків несе якийсь сенс тільки якщо мова про високі панківські черевики (берци, мартінси тощо). Якщо ж ти вставиш червоні шнурочки у свої конверси чи кросівки – це просто червоні шнурочки і більше нічого. У часи розквіту лейс-коду негласно діяло правило: код працює на берцях. Це частина цілого образу – важкі боти + кольорові "стріли" шнурів. На кедах, туфлях чи черевиках невисоких це вже не зчитується. Тому не треба думати, що кожен перехожий з жовтими шнурками – нацист, може, то просто дизайнерська примха. Увага зверталася саме на панківське взуття.

Так само не варто шукати потаємний смисл, якщо бачите кольорові шнурки на кому попало поза субкультурою. Сьогодні кольорові шнурівки продаються всюди, ними бавляться діти, модники і хто завгодно. Код настільки розмився, що пересічна людина може й не здогадуватися про наше «шифрування». От уявіть: стоїть якийсь бухгалтер в метро у дорогих туфлях, а там шнурки фіолетові – смішно було б подумати, що він таким чином заявляє про свою приналежність до ЛГБТ чи до кіберпанків. Ні, то просто стиль. Або школяр у зелених конверсах – не обов'язково ж що він панк-революціонер, може, просто зелений улюблений колір. Тому код читаємо тільки на "правильному" взутті і в контексті субкультури. І не плутаємо туризм з еміграцією, як то кажуть.

І ще: якщо ти не впевнений у своєму меседжі – краще вибери чорні шнурки.

Чорний колір нейтральний і універсальний, нікого не дратує і ні до чого не зобов'язує. Це своєрідний «режим інкогніто» для ноги. Старі панки завжди радили новачкам: спочатку розберись, хто є хто, а вже потім перевзувайся в екстремальні кольори. Бо було й таке, що довірливий юний панк начепить білі шнурки "бо прикольно контрастує", а потім відгрібає від антифа, ледве пояснивши, що він не фашист. Тому обережність не завадить. Коди кодами, але голова на плечах – важливіше. То що маємо сьогодні? Невже вся ця яскрава історія канула в Лету і тепер шнурки – просто шнурки? І так, і ні. З одного боку, символіка шнурків зараз значною мірою перетворилася на декор. Молоде покоління панків і поготів може не знати цих тонкощів або не надавати їм ваги. З іншого боку, пам'ять про код живе – принаймні, у старших тусовках. Деякі ортодоксальні панки й скінхеди-прихильники досі з підозрою поглядають на чужі ноги: мало що ті шнурки "розповідають". Але загальний тренд такий, що лайсовий код майже не вживається.

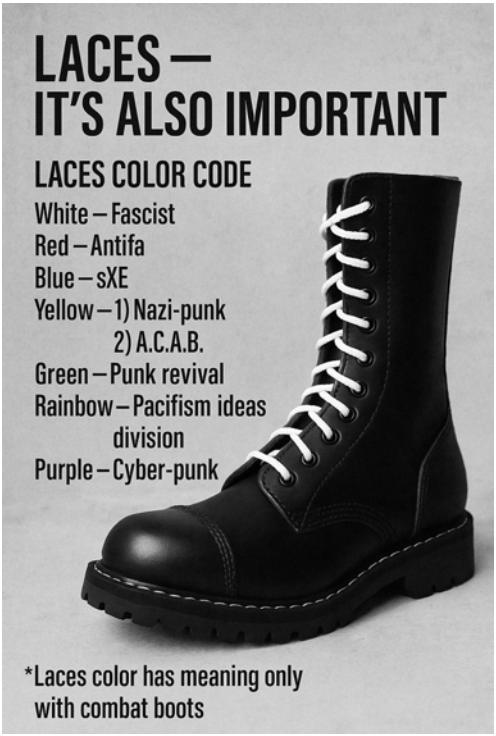
Дійсно, соціальні мережі й масова мода привели до цікавого явища: кольорові шнурки повернулися як трешовий естетичний тренд серед тінейджерів, але без глибокого змісту. У TikTok можна знайти купу відео, де якийсь умовний школяр-псевдопанк вставляє червоні шнурки в мартінси, бо "виглядає круто", і не має анінайменшого уявлення, що для когось це знак неонаци. Старі панки від цього хапаються за голову або регочуть – залежно від рівня самоіронії. У 2017 році навіть був гучний випадок, коли сам бренд Dr. Martens ледь не вскочив у скандал, опублікувавши рекламу

з моделлю у черевиках на червоних шнурках. Поінформована публіка обурилася: мовляв, ви що, не знаєте, що червоні шнурки = расизм? Компанії довелося виправдовуватися. Цей казус показав, що пам'ять про код ще жива – принаймні, достатньо жива, аби викликати суспільний резонанс.

Але переважно, поза такими випадками, шнурковий маніфест зійшов нанівець. Молодь зараз висловлює погляди більш прямими способами: через соцмережі, через плакати на протестах, через футболки з принтами. Кодувати меседж у взутті – то вже надто вузько і тонко для цифрової ери. Та все ж є щось зворушливе і автентичне у тій старій традиції. В ній – дух DIY і контркультурна вигадливість, бажання вирізнитися і знайти «своїх» у натовпі. Це надбання нікуди не зникло; воно стало частиною історії панку.

Шнурки важливі – бодай як пам'ять про ті часи, коли колір значив більше, ніж бренд. Сьогодні ти можеш спокійно вдягти будь-які шнурки, не побоюючись, що тебе невірно ідентифікують (за рідкісними винятками). Але, знаючи цей бекграунд, ти вже ніколи

не поглянеш на строкаті шнурівки байдуже. Можливо, десь у душі ворухнеться питання: а що я сам хотів би сказати своїми шнурками? Який прапор зав'язати собі на черевики? Чи, може, краще



залишу їх чорними – no politics, just punk rock? Будь-який вибір окей, головне – робити його свідомо.

На прощання скажемо прямо: так, нині шнурки – не настільки "стратегічна" річ, як колись. Але їхня культурна спадщина варта уваги. Це нагадування, що в панк-субкультурі немає дрібниць. Кожен елемент – від нашивки на куртці до кольору шнурка – це прояв твоєї позиції. І навіть якщо сучасні панки більше не ставляться до цього надто серйозно, знання про цей код – частина нашої історії, нашої зухвалості та творчості.

Шнурки – це теж важливо. Навіть якщо сьогодні вони стали просто прикрасою, колись вони єднали ідейних бунтарів по різні боки барикад. Маленькі кольорові смужки тканини, що тримали на ногах важкі черевики – і водночас тримали в собі цілий всесвіт смислів. Хіба не круто? Тож наступного разу, зашнуровуючи свої берци, подумай: а що скажуть світові твої шнурки?